

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА ТА ЕКОНОМІКИ

Скачко А.В., здобувач вищої освіти*,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Соціальна відповідальність набуває дедалі більшого значення в сучасному економічному просторі. Глобалізація, активна взаємодія з суспільством та зростаюча роль екологічних стандартів формують нові вимоги до ведення підприємницької діяльності. Споживачі, інвестори та громадські організації очікують від бізнесу не лише якісних товарів і послуг, а й дотримання етичних норм, дбайливого ставлення до довкілля, забезпечення гідних умов праці для персоналу. У зв'язку з цим соціальна відповідальність стає не просто добровільною ініціативою, а необхідною складовою розвитку будь-якого підприємства.

У світовій практиці існує багато тлумачень поняття соціальної відповідальності, що пояснюється відмінностями у законодавстві, культурних традиціях та економічних умовах різних країн. Однак загальним є розуміння того, що бізнес має не лише отримувати прибуток, а й брати участь у формуванні сталого суспільного розвитку. Це включає забезпечення гідних умов праці, дотримання етичних принципів, відповідальне використання природних ресурсів та підтримку соціальних ініціатив. Такі дії сприяють зміцненню зв'язків між підприємством і суспільством, створенню позитивного іміджу, а також зменшенню конфліктів, які можуть виникати у разі нехтування інтересами громади.

На практиці соціальна відповідальність може реалізовуватися у двох напрямках: внутрішньому та зовнішньому (табл.). Внутрішні ініціативи спрямовані на поліпшення умов праці, забезпечення стабільного доходу працівників, надання соціальних гарантій та підтримку персоналу у складних життєвих ситуаціях. Натомість зовнішня діяльність охоплює підтримку місцевих громад, охорону довкілля, благодійні проекти, спонсорство та участь у розв'язанні суспільних проблем тощо.

* Науковий керівник – Зайка С.О., к.е.н., професор

Види соціальної відповідальності

Внутрішня соціальна відповідальність	Зовнішня соціальна відповідальність
Безпека праці	Спонсорство та благодійність
Стабільна виплата зарплати	Захист навколишнього середовища
Соціальні гарантії для працівників	Співпраця з місцевими громадами
Допомога у кризових ситуаціях	Участь у соціальних проєктах
Підвищення кваліфікації та розвиток персоналу	Етичне ведення бізнесу та відповідальне споживання ресурсів
Медичне страхування та програми охорони здоров'я	Підтримка освітніх та культурних ініціатив
Дотримання трудових прав і колективних договорів	Розвиток волонтерських ініціатив серед співробітників
Використання екологічно чистих технологій у виробництві	Внесок у розвиток інфраструктури регіонів присутності бізнесу

Відповідальний підхід до ведення бізнесу включає три основні рівні. Перший рівень полягає у виконанні юридичних зобов'язань: сплаті податків, забезпеченні робочих місць та дотриманні трудового законодавства. Другий рівень включає створення сприятливих умов для персоналу, підтримку навчання та підвищення кваліфікації. Найвищий рівень охоплює меценатство, благодійні ініціативи, підтримку соціальних програм.

Сучасний бізнес все частіше використовує соціальні програми як спосіб покращення репутації та підвищення довіри серед споживачів [1]. Згідно з дослідженням Edelman у 2023 році, 88 % споживачів стверджують, що купуватимуть бренд, який поділяє їхні цінності, а 90 % з більшою ймовірністю довірятимуть компанії, яка демонструє прихильність корпоративній соціальній відповідальності [2].

Крім економічних переваг, соціальна відповідальність дозволяє налагодити ефективну взаємодію з партнерами, органами влади та громадськими організаціями. Відповідальна політика в бізнесі сприяє довготривалому розвитку, формуванню позитивного іміджу, залученню інвестицій та збільшенню лояльності працівників. Такий підхід також допомагає зменшити ризики, пов'язані із санкціями, громадськими протестами чи правовими спорами.

Сьогодні соціально відповідальний бізнес не обмежується виконанням нормативних вимог. Важливе значення мають добровільні ініціативи, спрямовані на захист довкілля, зменшення викидів, використання відновлюваних джерел енергії, розробку екологічно безпечних товарів. Багато підприємств інвестують у переробку матеріалів, скорочують використання пластику, переходять на безвідходне виробництво. Ці зміни відповідають очікуванням споживачів і формують довіру до брендів, які дотримуються екологічних стандартів. Враховуючи зміну світової економіки та суспільні настрої, роль соціальної відповідальності зростає. Для підприємств, які дотримуються відповідального підходу, відкриваються нові можливості: покращення відносин із клієнтами, зміцнення репутації та розширення впливу на ринку. Такий формат діяльності дозволяє не лише збільшувати економічні показники, а й створювати позитивний внесок у розвиток суспільства. У майбутньому тенденція до соціальної відповідальності лише посилюватиметься, оскільки споживачі, працівники та партнери дедалі більше звертають увагу на те, як працює підприємство, і які цінності воно підтримує.

Література:

1. Skudlarski J., Zaika S. Resilient marketing as a business adaptation strategy to market changes. *Управління розвитком соціально-економічних систем*: Матеріали VIII Міжнародної науково-практичної конференції (м. Харків, 21-22 березня 2024 року). Харків: ДБТУ. Ч. 2. 2024. С. 311-314. URL: https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/50899/1/Upravlinnia%20rozvytkom%20sotsialno-ekonomichnykh%20system_Ch%202_%202024_311-314.pdf
2. Цільовий прибуток: перетин маркетингу та корпоративної соціальної відповідальності. URL: <https://tandemtheory.com/insights/purpose-driven-profits/> (дата звернення: 02.02.2025).

ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ПОВЕДІНКУ СПОЖИВАЧІВ

Букало Н., кандидат економічних наук, доцент,
Волинський національний університет
імені Лесі Українки, м. Луцьк, Україна
ORCID ID <https://orcid.org/0000-0002-3393-4016>

Соціальні мережі стали невіддільною частиною повсякденного життя та відіграють ключову роль у формуванні поведінки споживачів. Вони впливають на прийняття рішень, формування думки про товари